

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Zaman dahulu manusia berkomunikasi dengan akses yang sangat terbatas, komunikasi yang terbatas ini ditemukan pada pengenalan bentuk dan benda yang ditemukan dalam keharian. Kehidupan manusia perlahan mengalami perkembangan dalam perubahan pola pikir, yang mana pada akhirnya manusia menciptakan sebuah inovasi baru, yaitu teknologi. Internet adalah salah satu buah perkembangan teknologi yang digemari masyarakat saat ini, karena penggunaan media sosial pada internet banyak membantu kehidupan masyarakat. Menurut Boyd (Nasrullah, 2015) media sosial adalah kumpulan sistem komputer yang menjadikan individu maupun kelompok agar dapat berkumpul, berbagi, saling berkomunikasi, dan bekerja sama. Media sosial ini dapat mewakili seseorang dalam berinteraksi, membangun hubungan kerja dengan pengguna lain, yang dilakukan secara virtual atau dalam bentuk komunikasi maya menggunakan media elektronik.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2018, tingkat penggunaan layanan Internet di Indonesia telah mencapai 64,8%. Media sosial menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk mengakses internet, yang pertama adalah *facebook* sebesar 50,7%, *Instagram* sebesar 17,8%, *YouTube* sebesar 15,1%, dan lain sebagainya. Durasi dalam penggunaan internet yang berada pada Indonesia, menunjukkan 73,5% pengguna internet menghabiskan waktu 1 – 7 jam per hari (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII], 2018).

Instagram adalah salah satu *platform* yang populer di dunia, terutama di kalangan *emerging adulthood*. Pada bulan Oktober 2021 tingkat pengguna *Instagram* mengalami kenaikan sebesar 91,01 juta. Pengguna aktif *Instagram* dapat ditemukan banyak individu pada usia 18-24 tahun, berkisar 33,90 juta pengguna yang sering mengakses *Instagram* (databoks.katadata.co.id). Selain itu mahasiswa menjadi jumlah penduduk yang paling banyak pada usia tersebut dan 97% mahasiswa aktif mengakses media sosial (Saputra, 2019).

Emerging adult adalah seseorang dengan rentang usia di antara 18 hingga 25 tahun (Arnett, 2000). *Emerging adulthood* merupakan masa peralihan dimana individu tidak bisa digambarkan sebagai remaja (*adolescence*), maupun sebagai masa dewasa awal (*young adulthood*). Sebuah ciri khas dari *emerging adult* adalah cinta, pekerjaan, dan eksplorasi berbasis pandangan dunia, yang memiliki efek transformatif di dalam hidup mereka (Arnett, 2005).

Kehadiran *Instagram* banyak memberikan dampak positif maupun negatif terhadap penilaian diri seseorang. *Self-esteem* atau harga diri berfokus pada pemberian nilai terhadap tindakan atau pemikiran yang dibuat individu baik dan buruknya. Menurut Coopersmith (Badri & Aziz, 2011), *self-esteem* merupakan penilaian pada nilai seseorang dan menunjukkan sejauh mana seseorang percaya bahwa seseorang itu kompeten, bermakna, sukses, dan berharga. Menurut Woods dan Scott (2016), individu yang sering didapat menggunakan media sosial secara berlebihan akan memiliki *self-esteem* yang negatif. Selain itu menurut Vogel et al (2014) *Self-esteem* pada individu dapat diprediksi dengan adanya hubungan individu dengan individu lainnya dari media sosial yang terdapat pada perbandingan sosial. Dalam hal tersebut

dapat dilihat bahwa perbandingan sosial dalam penggunaan media sosial *Instagram* memungkinkan memberikan dampak pada *self-esteem*.

Perbandingan sosial menjadi fenomena yang sering ada pada *self-esteem* pengguna media sosial *Instagram*, hal ini selalu dibuat oleh individu terhadap individu lainnya dan memiliki dampak besar bagi penilaian yang dimiliki individu. Blease (2015) berpendapat bahwa perbandingan sosial menjadi hal biasa dilakukan, karena kesan yang dimiliki individu cenderung kepada seseorang yang memiliki posisi yang lebih tinggi dan mempunyai daya tarik. Menurut hasil penelitian dari Leif et al (2012) mendapati bahwa penggunaan media sosial dapat mempengaruhi *self-esteem* individu. Media sosial yang digunakan individu akan berpengaruh pada penurunan *self-esteem*, sebab media sosial yang digunakan seseorang akan menimbulkan perbandingan sosial kepada orang lain. Perbandingan sosial yang ada di media sosial berdampak pada rendahnya rasa ketidakpuasan kepada diri individu dan berdampak pada penilaian diri atas kebahagiaan individu pengguna media sosial. Selain itu menurut Steinberg (2002) menyatakan *self-esteem* yang negatif berpengaruh pada pemenuhan hidup, merasa tidak aman, merasakan ketegangan. Sebaliknya, *self-esteem* yang positif dapat membantu orang mengatasi berbagai masalah karena masalah mental yang muncul dan juga meningkatkan penilaian diri atas kebahagiaan individu.

Seseorang yang memiliki posisi yang lebih tinggi biasanya dapat dilihat dari tingkat kesuksesannya seperti kekayaan. Bukti kekayaan seseorang sering terlihat pada konten media sosial *Instagram* yang berupa unggahan foto-foto yang mewah. Kesimpulannya, perbandingan sosial ke atas lebih memberikan dampak pada diri individu secara negatif antara lain seperti merasa dirinya

kurang dan mempunyai persepsi maupun penilaian pada dirinya yang negatif atau menyimpang, sebagai contoh seperti rasa rendah diri dan merasa hidup tidak adil (Blease, 2015; Nesi & Prinstein, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chusniah et al (2021) menemukan hasil bahwa mahasiswa psikologi Universitas Negeri Malang tahun 2016 memiliki *self-esteem* yang negatif dari penggunaan media sosial *Instagram* yang aktif, hal tersebut dapat disebabkan karena adanya perbandingan sosial yang positif terhadap konten-konten yang berada pada media sosial *Instagram*. Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan dapat disimpulkan bahwa banyaknya individu yang menjadikan sosial media *Instagram* sebagai pengaruh dalam harga diri individu melalui perbandingan yang membuat seseorang mempercayai bahwa orang lain lebih baik dibandingkan dirinya.

Dampak *self-esteem* negatif dalam penggunaan media sosial *Instagram* oleh *emerging adulthood* dapat didukung dari hasil penelitian Laeli et al (2018) yang berpendapat bahwa seseorang dengan *self-esteem* yang negatif akan cenderung memiliki tingkat narsistik yang tinggi karena berupaya menjalin hubungan yang lebih terhadap individu lainnya di media sosial, hal tersebut dilakukan agar individu memperoleh pengakuan dari pengguna lainnya. *Self-esteem* negatif pada individu dapat berakibat rentan terhadap tekanan mental ataupun kecenderungan menarik diri dari lingkungan sosial yang nyata dan melarikan diri ke media sosial, selain itu seseorang akan bertindak semauanya ketika berada pada media sosial (Kircaburun, 2016). Menurut Hawi dan Samaha (2017) *self-esteem* negatif berpengaruh pada tingkat adiktif penggunaan media sosial dan dapat menurunkan kualitas pada kepuasan

hidup individu. *Self-esteem* yang negatif juga rentan pada perilaku-perilaku yang negatif seperti bunuh diri (Choi & Noh, 2020).

Terkait pengaruh perbandingan sosial yang ada di media sosial *Instagram* terhadap *self-esteem*, selain itu *self-esteem* memiliki hubungan yang berlandaskan pada *self-concept* yang dimiliki individu untuk melakukan penilaian terhadap segala keadaan yang dimiliki individu. Hal tersebut didukung dengan pendapat Lerner dan Spainer (Ghufron & Risnawati, 2016) menyatakan bahwa *self-esteem* adalah tingkat evaluasi diri yang baik atau buruk dan memiliki keterkaitan terhadap *self-concept* individu. *Self-concept* merupakan gambaran individu pada keseluruhan dirinya yang mencangkup berdasarkan pandangan diri terhadap keadaan fisik dan nilai individu, yang menjadi penentu individu dalam bersikap dan bertindak pada kehidupannya (Setri & Nasution, 2021). Dapat disimpulkan bahwa jika seseorang menganggap *self-concept* baik, *self-esteem* baik dan sebaliknya.

Permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu media sosial *Instagram* memungkinkan pengguna untuk membandingkan hidup individu dengan hidup orang lain, yang dapat menyebabkan perasaan tidak puas dan rendah diri jika pengguna merasa tidak dapat mencapai standar yang ditampilkan oleh pengguna lain. Ketika seseorang memiliki *self-concept* yang positif, mereka cenderung memiliki *self-esteem* yang tinggi. Hal ini karena individu memandang diri mereka sebagai individu yang memiliki kualitas positif dan mampu mencapai tujuan yang mereka tetapkan. Sebaliknya, ketika seseorang memiliki *self-concept* yang negatif, individu cenderung memiliki *self-esteem* yang rendah. Individu akan merasa tidak kompeten atau tidak berharga, dan memiliki sedikit kepercayaan pada kemampuan diri mereka.

Self-concept merupakan pengetahuan dan persepsi atas keseluruhan apa yang dimiliki individu atau yang sering disebut sebagai gambaran diri. Menurut Brooks (Rakhmat, 2008) berpendapat bahwa *self-concept* adalah sebuah pemikiran dan emosi pada diri individu yang menyangkut pemahaman terhadap psikologis, sosial, dan fisik diri individu. Menurut Hariyanto (Wahid, 2014) berpendapat bahwa individu dengan *self-concept* positif akan memiliki harapan, percaya pada diri sendiri dan secara konsisten yakin akan segala hal, serta mampu bangkit dari rasa kekecewaan yang dialaminya. Kekecewaan tidak dipandang sebagai akhir dari segalanya, kecuali digunakan sebagai pembelajaran yang penting untuk maju.

Self-concept antara satu individu dengan individu lainnya tidak sama. *Self-concept* seseorang dapat dibentuk dan dikembangkan ke arah yang positif maupun negatif. Selain itu, semua individu memiliki *self-concept* positif dan negatif, hanya berbeda dalam derajat atau tingkatannya. Sebenarnya tidak ada individu yang memiliki *self-concept* yang sepenuhnya positif atau negatif, tetapi karena *self-concept* berperan penting dalam menentukan dan mengarahkan perilaku semua individu, maka individu yang dimaksud adalah: Sebisa mungkin memiliki *self-concept* yang positif atau baik (Dewi & Mugiarto, 2020). Dari sini dapat kita simpulkan bahwa *self-concept* atau konsep diri merupakan pengetahuan diri atau cerminan dari diri kita secara utuh. *Self-concept* dapat berkembang dari masa kanak-kanak hingga dewasa dan terbentuk dari sudut pandang lingkungan individu.

Self-concept menjadi pengetahuan akan pandangan diri individu yang berperan dalam proses penilaian diri atau *self-esteem*, perbandingan sosial dalam penggunaan media sosial *Instagram* dapat menyebabkan rendahnya

self-esteem karena tidak memiliki *self-concept* diri yang baik. Dari hal tersebut perlu diketahui bahwa individu perlu memperhatikan kualitas atas *self-concept* dan *self-esteem* karena berdampak pada pembentukan identitas diri atau pandangan hidup individu di masa *emerging adulthood*.

Fase *emerging adulthood* perlu disadari bahwa rentan terhadap hal-hal yang negatif khususnya dalam penggunaan media sosial *Instagram* yang sering dilakukan, hal tersebut dapat menyebabkan individu merasa kecewa terhadap dirinya, merasa rendah diri, dan mempengaruhi pandangan atas hidupnya. Mengulangi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan sampel populasi yang berbeda atau metode penelitian yang berbeda dapat membantu meningkatkan validitas dan keandalan temuan.

B. RUMUSAN PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui “apakah adanya hubungan antara *self-concept* dengan *self-esteem* pengguna media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood*?”.

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan adanya penelitian ini untuk mengetahui hubungan *self-concept* dengan *self-esteem* pengguna media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood*.

a. Manfaat Teoritis

Menemukan hubungan antara *self-concept* (*self-concept*) dengan harga diri (*self-esteem*) pada individu pengguna *Instagram* untuk mengetahui dampak permasalahan yang dialaminya. Hal tersebut kemudian dapat memberikan wawasan kepada pembaca dan memberikan pengetahuan baru dalam bidang psikologi.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Remaja

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang *self-concept* dan *self-esteem* yang penting bagi kesehatan mental. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin maju khususnya media sosial.

2) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi referensi, khususnya yang berkaitan dengan hubungan antara *self-concept* (*self-concept*) dan harga diri (*self-esteem*).

D. PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN SEBELUMNYA

Penelitian ini meneliti tentang hubungan *self-concept* dengan *self-esteem* pengguna *instagram* pada *emerging adulthood*. Adanya perbedaan penelitian yang terdahulu yang bisa menjadi pembandingan dengan penelitian ini. Berikut ini beberapa perbedaan yang ada pada penelitian terdahulu.

Penelitian pertama yang berjudul “Konsep Diri, Harga Diri, dan Kepercayaan Diri Remaja” oleh Budi dan Tina (2016), Tujuan dalam penelitian

ini untuk mengetahui hubungan konsep diri dan harga diri pada kepercayaan diri. Subjek dalam penelitian ini menggunakan siswa-siswi SMP Piri Ngabean dengan jumlah 208 subjek. Hasil dalam penelitian ini adanya hubungan konsep diri yang kuat pada kepercayaan diri, dibandingkan dengan harga diri pada kepercayaan diri. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek yang digunakan, lokasi penelitian, dan pada penelitian terdahulu dilakukan agar mengetahui hubungan konsep diri dan harga diri pada kepercayaan diri, sedangkan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam hubungan *self-concept* dengan *self-esteem* yang dilihat dari penggunaan media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood*.

Penelitian kedua mengenai, “Hubungan antara Konsep Diri Dengan Harga Diri Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama” oleh Setri dan Nasution (2021). Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan harga diri mahasiswa Universitas Potensi. Subjek dalam penelitian ini menggunakan 78 mahasiswa Universitas Potensi Utama prodi perbankan syariah. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa ada hubungan konsep diri dengan harga diri dimana mahasiswa prodi perbankan syariah memiliki konsep diri dan harga diri yang positif. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek yang digunakan, lokasi penelitian, dan pada penelitian terdahulu membahas fenomena sosial yang terdapat tempat peneliti, sedangkan penelitian ini membahas berdasarkan fenomena penggunaan media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* dengan pengambilan subjek yang lebih luas.

Pada penelitian ketiga berjudul “Hubungan Antara Harga Diri Dan Konsep Diri Dengan Prestasi Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Prodi DIII

Keperawatan Tahun Ajaran 2017-2018” oleh Ayu dan Prayitno (2018). Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan konsep diri dan harga diri dengan prestasi belajar mata ajar Bahasa Inggris. Subjek dalam penelitian ini menggunakan 45 mahasiswa semester dua Prodi D III Keperawatan. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa hubungan konsep diri dengan prestasi belajar memiliki hubungan dan tidak adanya hubungan harga diri dengan prestasi belajar. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek yang digunakan, lokasi penelitian, dan pada penelitian terdahulu dilakukan agar mengetahui hubungan konsep diri dan harga diri dengan prestasi belajar mata ajar Bahasa Inggris, sedangkan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam hubungan *self-concept* dengan *self-esteem* yang dilihat dari penggunaan media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood*.